

BRASIL DE FRANCESES e NORTE AMERICANOS: INFLUÊNCIAS ESTRANGEIRAS E SUAS TRANSIÇÕES

Brazil of French and North Americans: Foreign Influences and its Transitions

Silva, Marina Rosa; Graduanda; Universidade Federal do Ceará – UFC,
marinarosa.mrs@gmail.com¹

Introdução

Esta pesquisa é o resultado da disciplina Comportamento e Cultura no Brasil, componente curricular obrigatório na Graduação em Design-Moda pela Universidade Federal do Ceará. O objetivo é compreender alguns dos vários níveis de intervenções culturais, territoriais e políticas, vindas da França e dos Estados Unidos, que influenciaram o Brasil do século 20, não apenas na moda, mas também no design e no comportamento social. Possuindo, desta maneira, relevância histórica e informativa e gerando percepções acerca da formação identitária, ideológica e comportamental do povo brasileiro.

Metodologia

Para realização da pesquisa, foram seguidas as etapas:

A – Pesquisa bibliográfica e documental – seleção e estudo das principais referências bibliográficas, *websites* e periódicos.

B – Crítica e interpretação dos resultados obtidos – estudo do conteúdo e interpretação dos dados.

Influência Francesa

A *Belle Époque* vai do ano de 1890 até o início da Primeira Guerra, em 1914. Como disseram Prado e Braga (2011, p. 27), Paris ditava moda para o mundo e o Rio de Janeiro, para o resto do Brasil. Na época, chegaram ao país

¹ Estudante do 9º Semestre no curso de Design-Moda, Universidade Federal do Ceará. Realizou intercâmbio acadêmico como bolsista da CAPES – Proc. N°88888.019697/2013-00, em Syracuse University-NY.

novas tecnologias como carro, cinema, fotografia, tecido elástico e máquina de costura, por exemplo.

Tudo que era novidade era proveniente da Europa, principalmente em termos de moda, tecnologia e informação. O termo “vir da Europa” era o *status* dos produtos consumidos pela nobreza, era uma forma de diferenciação das camadas sociais que não tinham como usufruir de tais bens.

O afrancesamento estava no auge, e, no fim do séc. 19, teve altos índices de adesão popular. Durante esse período, a sociedade continuava extremamente patriarcal. Em 1910, inicia-se uma mudança. As jovens moças começam a se inspirar em filmes e buscar novas possibilidades de vida, fato que influenciou diretamente no modo de vestir, de consumir, de pensar e de agir. Prado e Braga (2011, p. 29) afirmam que ao mesmo tempo, buscava-se uma cultura própria e cultivava-se o desejo pelo estrangeiro.

Era o americanismo despontando, ele começou a ser melhor percebido na década de 1920, como influência do cinema e heróis de Hollywood.

Durante a Segunda Guerra, houve grande queda nos produtos importados. A economia Europeia estava estagnada e a França, dominada por nazistas.

Vale destacar que, em função da Segunda Guerra Mundial, entre 1939 e 1945, Paris viu-se isolada dos principais mercados consumidores da moda. Os Estados Unidos que, desde a década de 1920, vinham ganhando espaço no cenário internacional em razão do sucesso dos figurinos cinematográficos, consolidam-se como polo de moda, especialmente no que diz respeito às roupas “prontas” (BAUDOT, 2000 *apud* BONADIO; GUIMARÃES, 2010, p. 158).

Era o fim da hegemonia da França em termos de modelo de comportamento social e de consumo de moda. Não que o país fosse deixar de ser referência mundial, mas agora os franceses tinham que aprender a dividir o espaço com os americanos, que chegavam com muita força e com seu poderoso arsenal de *marketing* gráfico e visual.

Americanismo Prevalece

A partir do início da Segunda Guerra em diante, conforme Bonadio e Guimarães (2010, p. 167), “o Brasil assiste à substituição da cultura europeia pela cultura norte-americana, com a substituição do francês, que foi a representação do culto nos séculos XIX e começo do XX, pelo inglês”.

Com o fim da guerra, os Estados Unidos deram início a um processo para aumentar o perímetro de abrangência da área em que eles dominavam. Por interesses políticos e financeiros, tornou-se muito interessante para eles fazerem amizade com o Brasil, entre outros países da América Latina.

O final da Segunda Guerra Mundial cria um mundo dividido em dois blocos político-militares liderados, de um lado, pelos Estados Unidos e, de outro, pela União Soviética. O esforço de ampliação das áreas de influência de cada bloco resultou no aumento do estímulo à penetração da cultura norte-americana nos países da América Latina [...]. A produção em massa de bens manufaturados, de uso doméstico e pessoal, ajudou nesse processo, mas será no plano da cultura que cada vez mais a influência norte-americana se estenderá sobre o país. (BONADIO; GUIMARÃES, 2010, p.167).

A “chegada” dos americanos no Brasil se deu através da inauguração de novas empresas, filiais de grandes indústrias, acordos políticos e também do aumento da facilidade de acesso a itens culturais, como livros, músicas e filmes. Outro fator que também foi um grande influenciador americano sobre os brasileiros foram as estratégias de *marketing* de empresas como a Coca-Cola, que tinha como objetivo despertar o desejo que ia muito além da venda do produto, oferecendo um novo estilo de vida.

O público, população jovem, na busca por *status*, aderiu prontamente à proposta dada pela marca. Enclausurados em tempos de guerras e afirmação identitária, se mostraram ávidos por vivenciar os momentos de descontração sugeridos pelos cartazes das *pin-ups*. Conforme dito por Azevedo e Giuliano (2011), esse fenômeno teve início nos Estados Unidos e expandiu-se até chegar ao Brasil, alcançando seu ápice na década de 1950 e início do declínio na década de 1960.

Nos anos de 1970, o Brasil já estava bastante americanizado. A voga era o estilo *hippie*. Em termos de comportamento pregava-se, principalmente

entre os jovens, ideias de paz, amor e liberdade, que, apesar de ter origens americanas, coincidiu com o período de ditadura militar e se fortaleceu por conta disso, como forma de protesto. Até mesmo na fala das pessoas, os termos deixaram de ser em francês para ser em inglês.

Para concorrer com a onda americana, profissionais brasileiros tiveram que recorrer a estratégias semelhantes às deles. Deixando de lado a opção de ir de encontro a isso com mercadorias únicas que valorizassem materiais e métodos do Brasil, a escolha mútua dos produtores nacionais foi seguir a onda que vinha de fora, já que esse caminho era mais fácil e lucrativo. O campo da moda foi um exemplo disso:

[...] a preocupação brasileira, [...] no final da década de oitenta, era a de adequar-se aos padrões da moda internacional em termos técnicos, mas igualmente de tendências e conteúdo. Tal procedimento era uma opção [...] considerada apropriada para proporcionar a produção nacional a possibilidade de concorrência, no mercado interno, com a grande quantidade de marcas internacionais que surgiam. (KRISCHKE, 2011, p. 62).

O processo de globalização proporciona que produtos sejam importados para todo o mundo, isso fez com que o Brasil fosse cada vez mais influenciado pelas grandes potências mundiais. Como disse Oliven (1989, p. 39), “o que caracteriza o Brasil é justamente uma contradição gritante entre uma crescente modernidade tecnológica e a não realização de mudanças sociais que propiciem o acesso da maioria da população aos benefícios do progresso material.”

O despreparo social, que vai além da forma como lidar com o progresso material, incluindo também aspectos psicológicos, educacionais e culturais, é gritante. O Brasil quer abraçar o mundo antes de conhecer e aprender a lidar com si mesmo.

Conclusão Parcial

As influências estrangeiras sofridas pelos brasileiros no decorrer da história foram inúmeras e vão muito além dos fatos e exemplos aqui citados. Influências essas que aconteceram e foram firmadas por fatores históricos e culturais, tornando-se também parte importante de ser brasileiro.

A cultura brasileira é formada por várias secções de outras culturas, que, ao longo dos anos, foram se ajustando e transformando a essa realidade tão múltipla desse país. Atualmente, muitos desses retalhos culturais, de tão adaptados, sequer podem ser identificados ou separados entre si, pois foi sua fusão que deu origem ao povo mestiço, tão característico do Brasil.

A admiração pelo que vem de fora, porém, continua sendo uma característica comum a muitos, já que isso vem sendo “cozinhado” de forma secular e está culturalmente arraigado. Cabe aos brasileiros ter a prudência de valorizar o Brasil tanto quando se valoriza o estrangeiro.

Referências

AZEVEDO, Paola Z. GIULIANO, Carla P. **A Influência da Pin-up Americana no Estereótipo Feminino da Revista “O Cruzeiro”**. Centro Universitário Metodista do IPA. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda_2012/GT06/COMUNICACAO-ORAL/102926_A_Influencia_da_Pin-up_Americana_no_Estereotipo_Feminino_da_Revista.pdf>. Acessado em: 16 de Nov. 2015.

BONADIO, Maria Claudia. GUIMARÃES, Maria Eduarda Araújo. **Alceu Penna e a Construção de um Estilo Brasileiro: modas e figurinos**. Porto Alegre: Horizontes Antropológicos, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832010000100009&script=sci_arttext>. Acessado em: 13 de Nov. 2015.

KRISCHKE, Débora Leitão. **Anatomia Cultural da Moda Brasileira: apontamentos sobre corpo, nudez e erotismo**. Rio Grande do Norte: Revista Vivência, 2011. Disponível em: <http://www.cchla.ufrn.br/Vivencia/sumarios/37/PDF%20para%20INTERNET_37/04_D%C3%A9bora%20Krischke%20Leit%C3%A3o.pdf>. Acessado em: 13 de Nov. 2015.

PONTE, Sebastião. **Fortaleza Belle Époque: reforma urbana e controle social 1860 - 1930**. 5 ed. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2014.

PRADO, Luís André do. BRAGA, João. **História da Moda no Brasil: moda, modistas e comércio**. 2 ed. São Paulo: Disal Editora, 2011.

OLIVEN, Ruben George. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional (O Eterno Retorno)**. 1989. Disponível em: <http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=654&Itemid=305>. Acessado em: 14 de Nov. 2015.